

各位相关者

2014年9月9日
株式会社博报堂
株式会社北海道博报堂

博报堂创意实验室「Suda Lab」自主开发第2代 店铺推广工具「Talkable Vegetables」完成



株式会社博报堂（东京都港区、董事会总经理：戸田裕一）的，作为创意实验室「Suda Lab」第2代的店铺推广工具「Talkable Vegetables」开发完成。

此次开发的「Talkable Vegetables」是一种使摆放在店铺中的蔬菜能自动讲述生产流程，进行自我介绍的工具。与其名称一样，是一种让蔬菜看上去自己在说话的店铺推广工具。这个商品是「Suda Lab」和博报堂集团公司的博报堂 i-studio 的「HACKist」团队一同开发的。另外加上了由生产者直送销售的「HUG Mart」的协助，并由北海道当别町的农民进行配音后完成的。

为了纪念完成，在9月11日开始在北海道札幌市狸小路的 HUG Mart 入口附近预定展示「Talkable Vegetables」。（展示周期未定）

在「HUG Mart」展示的会说话的蔬菜有「土豆家族」「白玉米」「西兰花」「桃太郎金（番茄）」4个种类。接触放置在独有的木箱的前面的蔬菜后，便会用培育出它的农民的声音说出，美味的秘诀、安心的生产销售流程、并亲切感十足。

另外，「Talkable Vegetables」也得到了博报堂的地方性公司株式会社北海道博报堂的大力支持。

近年来，在广告传播方面，主流领域和数字领域的有效结合成为了强烈的需求。「Suda Lab」是灵活运用了博报堂的创意和想像力，还有至今一直以来积累的公司内外的网络，以自主开发先进的创意形式为中心业务，向各类企业和公司提供新开发的新形式的提案。

◆Suda Lab 试作品（原型）第 2 代

商品名: Talkable Vegetables

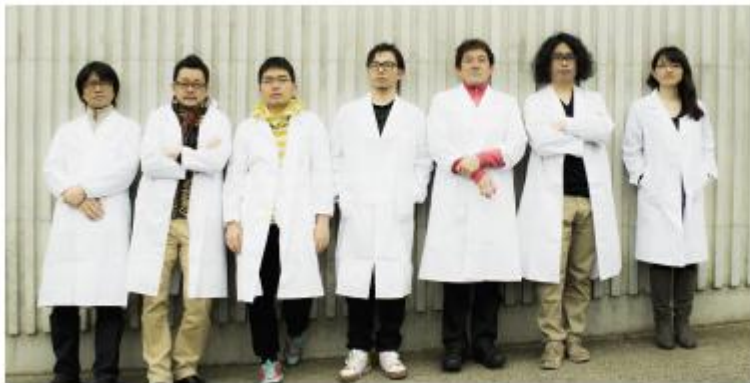
概要: 生鲜市场的未来化推广工具「说话的蔬菜」的开发

是数字技术与生鲜市场的融合。蔬菜自身的生产过程用实际生产出它的农民的声音来诉说的世界最初的推广工具。根据这个:

- 1、使得客户可以与安心和有信赖感的农民之间边产生联系边购买
- 2、对农民来说, 可以使得蔬菜的价值提高
- 3、对于卖场来说, 是个可以将蔬菜的生产过程传达给那些有兴趣的顾客的体系。
今后也可以在各种各样的销售场所展开。

◆开发人员

●博报堂「Suda Lab」 <http://suda-lab.jp/>



スダラボ™

领导: 須田和博 (博报堂 创意总监)

成员: 鹰觜爱郎 (博报堂 创意总监)

龟谷政晃 (博报堂 数字创意管理员)

江口贵博 (博报堂 互动策划师 / CM 策划师)

志水雅子 (博报堂 互动策划师 / 文案)

中村 圭 (博报堂 互动策划师 / 文案)

儿岛啓多 (博报堂 互动策划师 / 艺术总监)

*「Suda Lab」是在数字领域和直销领域等方面作为强项的公司内部创意中心, 是次世代的创意开发研究室。2014 年 3 月开始活动。Suda Lab 与青森县舍馆村共同开发的「natural bar code (Rice code)」获得了代表亚洲的广告节「Adfest 2014」媒体类的全场大奖。在其他类别中也获得了金银铜等 6 个奖项。而且, 在 2014 年 6 月的「戛纳国际创意广告节」上获得了 2 金、1 银、2 铜。至今为止, 在美国、欧洲、亚洲各国已经收获了 37 项海外大奖。

●博报堂 i-studio 「HACKist」



领导：望月 重太郎（i-studio 创意总监）
川崎 順平（i-studio 技术指导）
貴田 达也（i-studio 项目人员）
茶谷 亮裕（i-studio 项目人员）
公文 悠人（i-studio 装置工程师）

●北海道博报堂

长冈晋一郎（北海道博报堂 创意总监）
松江有花（北海道博报堂 宣传总监）